

УДК 339.138

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

А. В. Гейко, студент

Національний технічний університет України «КПІ»

У статті проведено аналіз використання мобільної реклами. Окрему увагу надано виділенню основних переваг даного типу реклами.

Мобільна реклама раптово виявилася однією з найпопулярніших методів широкого розповсюдження та просування товару для компаній всіх розмірів. Вона дозволяє встановлювати прямий зв'язок зі споживачем і оперативно охоплювати величезну цільову аудиторію. Власники бізнесу можуть рекламувати і продавати свої товари і послуги на місцевому або національному ринку за допомогою мобільної реклами. При незначних фінансових інвестиціях, та вельми обмежених методів маркетингу і реклами, мобільна реклама дозволяє власнику бізнесу досягти потрібної в пізнаваності свого товару або послуги [1].

Я виділив наступні сім переваг використання мобільної реклами для розвитку бізнесу. В першу чергу це безпосередність. Мобільні додатки прості у розробці та користуванні. Протягом декількох секунд, повідомлення надсилається одержувачам. Другою перевагою є доступність. Не потрібно платити поштову вартість або щоб реклама була надрукована. Ціни на SMS є вельми скромними, і вони зменшуються в міру збільшення їхнього обсягу.

Третя перевага полягає в поширенні. Ми можемо увійти в контакт з людьми, по всьому світу за допомогою мобільної реклами. На відміну від електронної пошти або прямої поштової розсилки та інших методів реклами, доставка практично постійно гарантована. Четвертою перевагою є ефективність. Середній показник ефективності становить приблизно 15%, в порівнянні з 2-3% для інших рекламних методів поширення інформації, таких як пряма поштова розсилка.

П'ятою перевагою є досяжність. Споживачі реклами постійно активні, окрім тих випадків коли абонент поза зоною. Немає необхідності бути біля телебачення, радіо, комп'ютера або поштової скриньки. Кожен день, мобільні телефони знаходяться в межах нашої досяжності в середньому на 80%.

Шостою перевагою є "Вау" фактор. Ринок мобільної реклами ще тільки починає розвиватися, він настільки "свіжий" що основна частина потенційних споживачів ще не

бачили його на власні очі. Таким чином, це дозволяє фірмі в своїй сфері збуту встановити себе в якості лідера. І остання, але не менш важлива перевага є вірусний потенціал. З новою аудиторією на безоплатній основі, легкість, з якою мобільні рекламні повідомлення можуть бути поширені підвищує вірогідність цих самих повідомлень бути поширеним самим споживачем.

Використовуючи інформацію подану вище, ми повинні націлювати оголошення на точних людей і в потрібний час. Використовувати планування розміщення оголошень через мобільний додаток, які з'являтимуться тільки протягом певних години або днів тижня. Наприклад задати показ оголошень лише в четвер і п'ятницю, щоб повідомити про розпродаж джинсів у п'ятницю або з 3:00 вечора до 6:00 вечора на рахунок рибного меню в ресторані, яке діє тільки сьогодні. За допомогою планування розміщення оголошень додаток може працювати весь день, кожен день, або всього 15 хвилин на тиждень [2].

У зв'язку з нещодавнім виходом на ринок послуг 3G-інтернету, мобільні оператори збільшили рекламні активності. Онлайн-магазини і оффлайн-ріелтейлери збільшують бюджети, так як бачать велику перспективу в мобільній аудиторії. До 2017 року обсяги реклами на мобільних пристроях за прогнозами експертів досягнуть \$89 млрд, тобто, 44% від реклами в інтернеті і 15% від всієї світової реклами. Це означає, що мобільна реклама стане третьою у грошовому вимірі, обігнавши радіо, журнали, зовнішню рекламу і пресу, водночас поступаючись рекламі на ТБ і на настільних комп'ютерах. То чому б нею не користуватися, вирішувати вам [3].

Науковий керівник: Бажеріна К. В.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Мобільний маркетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/mobile.htm>
2. Мобільна реклама підвищення ефективності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<http://bubunta.com/mobilnaya-reklama-texnologii-i-povyshenie-effektivnosti.html>
3. Статистичні дані. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/44638/lang.ru/>

Матеріали надійшли 9 червня 2016 р.

Гейко А. В. Перспективи використання мобільної реклами [Текст] / А. В. Гейко ; наук. кер. К. В. Бажеріна // Сучасний менеджмент і економічний розвиток : матеріали постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 вересня 2015 р. - 31 серпня 2016 р. – Суми : СумДУ, 2016.